



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA
CAMPUS MINISTRO REIS VELLOSO

RESOLUÇÃO CONSUNI N° 115 DE 29 DE NOVEMBRO DE 2024

Aprova o Procedimento Operacional Padrão (POP)
– PROTIC 17.022/A – elaboração de campanhas
institucionais da Universidade Federal do Delta do
Parnaíba (UFDPar).

O REITOR DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA e PRESIDENTE DO CONSELHO UNIVERSITÁRIO (CONSUNI), no uso de suas atribuições legais, tendo em vista decisão do mesmo Conselho em reunião do dia 28 de novembro de 2024, e considerando:

- o Processo N° 23855.007181/2024-18

RESOLVE:

Art. 1° Aprovar, na forma do parecer do relator, o Procedimento Operacional Padrão (POP) – PROTIC 17.022/A – elaboração de campanhas institucionais da Universidade Federal do Delta do Parnaíba, conforme processo acima mencionado.

Art. 2° Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Documento assinado digitalmente
gov.br JOAO PAULO SALES MACEDO
Data: 02/12/2024 10:26:24-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

João Paulo Sales Macedo

Reitor



UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA – UFDPAr

PROCEDIMENTO OPERACIONAL PADRÃO (POP)

TÍTULO: ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS INSTITUCIONAIS

POP Nº	VERSÃO	SUBSTITUI POP Nº	UNIDADE	SUBUNIDADE	PÁGINA
PROTIC 17.022	A	Não aplicável (N.A.)	PROTIC	Coordenadoria de Comunicação Institucional	1 de 3
ELABORADO POR: Marcos Carvalho Pereira Data: 20/08/2024			APROVADO POR: Heidi Gracielle Kanitz Data: 23/08/2024		
TREINAMENTO:		VIGENTE A PARTIR DE:		VALIDADE:	

A – OBJETIVO

Estabelecer diretrizes e procedimentos para a concepção, desenvolvimento, execução e avaliação de campanhas institucionais na Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPAr), assegurando que todas as campanhas estejam alinhadas com os valores, missão e interesses da instituição, promovendo sua imagem e destacando suas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

B – ALCANCE

Este POP se aplica à Coordenadoria de Comunicação Institucional (CCI) da UFDPAr e a todos os colaboradores envolvidos no planejamento e execução de campanhas institucionais.

C – RESPONSABILIDADES

C.1. Coordenadoria de Comunicação Institucional (CCI)

- Coordenar a elaboração de campanhas institucionais, desde o planejamento até a avaliação final;
- Assegurar que todas as campanhas estejam em conformidade com a linha editorial e os valores institucionais da UFDPAr;
- Monitorar e avaliar o desempenho das campanhas, fornecendo *feedback* e implementando melhorias conforme necessário.

PROCEDIMENTO OPERACIONAL PADRÃO (POP)	UFDPAr	Pág.: 2 de 3
TÍTULO: ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS INSTITUCIONAIS		Nº: PROTIC 17.022/A

C.2. Equipe de Comunicação

- a) Desenvolver conteúdos criativos e materiais publicitários para as campanhas institucionais;
- b) Garantir a correta implementação das estratégias de mídia e comunicação definidas no plano de campanha;
- c) Acompanhar a veiculação das campanhas em todos os canais de comunicação selecionados.

D – DEFINIÇÕES E SIGLAS

D.1. DEFINIÇÕES

- a) *Briefing*: Documento que contém as informações essenciais sobre a campanha, como objetivos, público-alvo, mensagens-chave e cronograma.
- b) Campanha Institucional: Conjunto de ações de comunicação planejadas e executadas para promover a imagem da UFDPAr e divulgar suas atividades;

D.2. SIGLAS

- a) CCI: Coordenadoria de Comunicação Institucional;
- b) POP: Procedimento Operacional Padrão;
- c) UFDPAr: Universidade Federal do Delta do Parnaíba.

E – MATERIAIS E EQUIPAMENTOS

E.1. Materiais

- a) *Briefing* de campanha;
- b) Materiais promocionais (anúncios, vídeos, *banners*, etc.).

E.2. Equipamentos

- a) Computadores com acesso à internet;
- b) *Software* de edição de texto, imagem e vídeo;
- c) Ferramentas de análise de mídia e monitoramento de redes sociais.

F – PROCEDIMENTOS

F.1. Planejamento da Campanha

PROCEDIMENTO OPERACIONAL PADRÃO (POP)	UFDPAr	Pág.: 3 de 3
TÍTULO: ELABORAÇÃO DE CAMPANHAS INSTITUCIONAIS		Nº: PROTIC 17.022/A

- 1.1. Definir o objetivo e o público-alvo da campanha institucional;
- 1.2. Realizar uma análise de contexto para identificar oportunidades e desafios;
- 1.3. Elaborar o *briefing* com as diretrizes e informações essenciais para a campanha;
- 1.4. Definir o orçamento e as fontes de financiamento.

F.2. Desenvolvimento da Campanha

- 2.1. Concepção criativa: desenvolver os conceitos e mensagens-chave da campanha;
- 2.2. Produção de materiais: criar e revisar todos os materiais necessários para a campanha;
- 2.3. Planejamento de mídia: selecionar os canais de comunicação e definir o cronograma de veiculação.

F.3. Execução da Campanha

- 3.1. Lançamento da campanha nos canais de comunicação definidos;
- 3.2. Monitoramento em tempo real do desempenho da campanha, ajustando estratégias conforme necessário.

F.4. Avaliação e Relatórios

- 4.1. Coletar e analisar *feedback* sobre a campanha;
- 4.2. Elaborar um relatório final com os resultados obtidos e as lições aprendidas;
- 4.3. Revisar as estratégias para futuras campanhas institucionais com base na avaliação.

G – REFERÊNCIAS

POP PROPLAN 01.001/B – Elaboração e controle dos Procedimentos Operacionais Padrão (POP's). Disponível em https://ufdpar.edu.br/proplan/paginas/arquivos/pop-proplan-01_001_b_elaboracao-e-controle-de-pops.pdf Acessado em 20/08/2024

H – ANEXOS

Não aplicável (N.A.).

I – HISTÓRICO

ITEM	ALTERAÇÃO
Não aplicável (N.A.).	Não aplicável (N.A.).